

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: 17920111151035

UDC_____



厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

“营改增”政策下深圳移动市场营销应对策略研究——基于财务的视角

Marketing Research In Shenzhen Mobile In Financial
Prospect Under VAT Reformation

张伟轮

指导教师姓名: 肖 珉 教 授

专 业 名 称: 工商管理(MBA)

论文提交日期: 2014 年 4 月

论文答辩时间: 2014 年 5 月

学位授予日期: 2014 年 6 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2014 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘 要

根据国家“十二五”规划纲要和 2011 年《政府工作报告》的要求，财政部和国家税务总局正在研究推进邮电通信业“营改增”工作。邮电通信业的“营改增”试点已经迫在眉睫，从目前政策走向来看很可能于 2014 年在整个邮电通信业开展“营改增”试点。

深圳市作为国家经济特区和计划单列市，有着特殊的政治环境和税务环境。中国移动通信集团广东有限公司深圳分公司（以下简称“深圳移动”）是中国移动通信集团广东有限公司（以下简称“广东移动”）在深圳市的分支机构，是深圳本地最大的电信运营商。“营改增”的冲击涉及公司的方方面面，影响重大。这不仅是征税税种的变化，更给企业运营带来巨大挑战，涉及公司全部管理层级和各个专业线条，包括企业管理、市场营销、采购管理、财务管理、IT 系统和纳税申报等。其中，市场营销直接关系深圳移动销项税和大部分进项税的确认与计量。市场营销不同的销项端处理和进项端处理将产生不同的税负，不同的税负将影响企业的营业收入和会计利润。

本文基于“确保顺利过渡、合理降低税负”的目标，从财务视角出发，以市场营销为主线，探讨深圳移动的应对策略。本文首先介绍深圳移动的整体情况，然后对销项端的五个重要因素和进项端的五个重要因素进行详细分析，分析“营改增”对深圳移动的影响及应对措施，最后进行效果评价和经验总结。在每个营销因素中，本文从财务专业的视角出发，按照业务梳理和税务现状、推行“营改增”后可能的税务处理、不同场景下的影响分析和“营改增”建议方案四个维度进行探讨和分析，提出系统、可行和合法的市场营销应对举措，预期通过政策的争取和税收的筹划，深圳移动市场营销的销项端每年节约税负 3.4 亿元，进项端每年节约税务 936 万元。

关键词：营改增；深圳移动；市场营销

Abstract

According to the requirements of "Twelfth Five-Year Plan" and "Government Report of 2011", the Ministry of Finance and the State Administration of Taxation are researching a way in processing the tax mechanism from business tax base to value-added base in the telecommunications industry. This pilot process is impending in the telecommunications industry. The prospect of the VAT reformation in telecommunications industry will be highly possible to be realized in the year 2014 under the present circumstances.

Shenzhen as one of the Special Economic Zone and the Municipalities Separately Listed on the State Plan city has its ad hoc political and tax environment. China Mobile Group Guangdong Co., Ltd. Shenzhen Branch (hereinafter referred to as "Shenzhen Mobile") is one of the local branches of China Mobile Group Guangdong Co., Ltd. (hereinafter referred to as "Guangdong Mobile") in Shenzhen, which also is the largest operator locally. The VAT reformation has its impacts over several aspects, not only in tax categories, but also brings in a huge challenge to business operations, which involves different sectors of management, including company management, marketing, procurement, financial management, IT systems, tax declaration, etc. Especially the impact on marketing, may directly affect the recognition and measurement of the VAT output tax and VAT input tax. Implementing different methodologies of tax calculation can ultimately differ in the VAT proceeds, thus affecting the business of operating income and accounting profit.

In order to "ensure a smooth transition and reasonable tax avoidance", this paper was starting from a financial perspective, focusing on marketing and researching the coping strategies of Shenzhen Mobile. Firstly, the paper introduced the general background of Shenzhen Mobile; followed by a detail analysis of 5 essential issues of input and output tax separately, including the impact and correspondence. Finally, the paper evaluated the effect and summed up the experience. In every marketing factor, we start from a financial perspective, discussed and analyzed in four dimensions such as the current situation and tax status, the possible tax treatment post VAT scenarios, analysis of effects of different circumstances, VAT reformation proposal; in order to

raise systematically viable and legitimate marketing initiatives to deal with. Under the negotiation of more beneficial tax policy and tax planning, expected annual savings in output tax is approximately 340 million, and the annual savings for input tax is roughly 9.36 million.

Keyword: VAT reformation; Shenzhen Mobile; Marketing

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究动机	1
1.3 研究方法与结构安排	2
1.4 论文贡献与研究意义	3
2 “营改增”制度背景	5
2.1 增值税概念界定	5
2.1.1 增值税简介	5
2.1.2 增值税的分类	5
2.1.3 增值税的特点	6
2.2 我国增值税的发展历程	7
2.2.1 我国增值税的产生	7
2.2.2 我国增值税的完善	7
2.2.3 我国新一轮增值税改革	8
2.3 “营改增”意义和内容	9
2.3.1 “营改增”的意义	9
2.3.2 “营改增”具体内容	10
2.3.3 邮电通信业“营改增”	11
3 文献综述	12
3.1 “营改增”政策设计	12
3.2 “营改增”纳税筹划	13
4 深圳移动“营改增”背景分析	17
4.1 深圳移动基本信息	17
4.1.1 股权结构	17
4.1.2 经营规模	18
4.1.3 经营状况	19

4.2 深圳通信市场竞争状况	20
4.2.1 公司面临的挑战.....	21
4.2.2 公司面临的机遇.....	21
4.3 深圳移动“营改增”	22
5“营改增”对深圳移动市场营销的影响和应对举措	25
5.1 销项端的影响与应对	25
5.1.1 折扣营销.....	25
5.1.2 终端营销.....	28
5.1.3 SIM 卡营销	31
5.1.4 充值卡营销.....	33
5.1.5 发票管理.....	34
5.2 进项端的影响与应对	37
5.2.1 渠道酬金.....	37
5.2.2 积分计划.....	40
5.2.3 广告宣传.....	42
5.2.4 代维费用.....	43
5.2.5 车辆租赁.....	45
6 预期效果和通用性经验	47
6.1 研究结论	47
6.2 预期效果	48
6.3 通用性经验	49
6.4 研究局限与不足	50
参考文献.....	51
致 谢.....	53

Contents

1 Introduction	1
1.1 Research background	1
1.2 Research purpose	1
1.3 Research methodology and structure arrangement	2
1.4 Research significance	3
2 Policy background about VAT reformation	5
2.1 The concept of VAT	5
2.1.1 Value added tax	5
2.1.2 VAT classification	5
2.1.3 VAT features	6
2.2 VAT in the course of development of China's	7
2.2.1 VAT in China	7
2.2.2 VAT base improvements	7
2.2.3 The new round of VAT reform	8
2.3 The significance and content of VAT reformation	9
2.3.1 Significance of VAT reformation	9
2.3.2 Content of VAT reformation	10
2.3.3 VAT reformation in telecommunications industry	11
3 Literature review	12
3.1 Policy design document	12
3.2 Corporate planning literature	13
4 Background about Shenzhen Mobile under VAT reformation	17
4.1 General information of Shenzhen Mobile	17
4.1.1 Ownership structure	17
4.1.2 Scale of operation	18
4.1.3 Operating environment	19
4.2 Competition in the telecom market in Shenzhen	20
4.2.1 Challenges	21
4.2.2 Opportunities	21
4.3 VAT reformation in Shenzhen Mobile	22

5 Influence on the marketing and response initiatives	25
5.1 Output tax impact and correspondence	25
5.1.1 Marketing discount	25
5.1.2 Terminal marketing	28
5.1.3 SIM card marketing	31
5.1.4 Prepaid card marketing	33
5.1.5 Invoice management	34
5.2 Input tax impact and correspondence	37
5.2.1 Distributors subsidies	37
5.2.2 Membership points redemption	40
5.2.3 Advertising costs	42
5.2.4 Maintenance fee	43
5.2.5 Vehicle leasing	45
6 The expected effect and general experience	47
6.1 Conclusions	47
6.2 The expected effect	48
6.3 General experiences	49
6.4 Research limitations	50
References	51
Acknowledgments	53

1 绪论

1.1 研究背景

在中国目前的税制结构中，增值税和营业税是两个重要的税种，两者分立并行。然而，随着经济快速发展，这种税制安排产生的矛盾日渐凸显。“营业税改增值税”（以下简称“营改增”）是指将“以总体收入为税基的营业税”转变为“以消费导向为税基的增值税”。国家“十二五”（2011 年-2015 年）规划已明确“扩大增值税征收范围，相应调减营业税等税收，合理调整消费税范围和税率结构，完善有利于产业结构升级和服务业发展的税收政策”。

根据国家“十二五”规划纲要和 2011 年《政府工作报告》的要求，财政部与国家税务总局正在研究推进邮电通信业营业税改增值税工作。由于邮电通信业具有投资规模大、下游客户多、全程全网运营等行业特点，国家财税主管部门倾向于将邮电通信业尽早纳入“营改增”行业试点范围。2012 年 10 月李克强副总理主持召开扩大“营改增”试点工作座谈会指出：“要抓紧制定扩大改革试点的具体方案，有序扩大试点范围，适时将邮电通信、铁路运输、建筑安装等行业纳入改革试点。”财政部部长楼继伟在 2013 年 4 月接受中央媒体采访表示：“铁路运输和邮电通信业分支机构较多，系统复杂，不适合在部分地区先试点，所以试点推后。随着‘1+6’行业试点在全国推开，需要适时将两大行业纳入全国试点……财政部和税务总局正在为尽快出台方案做准备，能多快就多快。”由此可见，邮电通信业“营改增”试点已经迫在眉睫，从目前政策走向来看很可能于 2014 年在全行业范围内开展“营改增”试点。

1.2 研究动机

深圳市作为国家经济特区和计划单列市，有着特殊的政治环境和税务环境。中国移动通信集团广东有限公司深圳分公司（以下简称“深圳移动”）是中国移动通信集团广东有限公司（以下简称“广东移动”）在深圳市的分支机构，是深

圳本地最大的电信运营商。“营改增”的冲击涉及公司的方方面面，影响重大。不仅是征税税种的变化，而且给企业运营带来巨大挑战，涉及公司全部管理层级和各个专业线条，包括企业管理、市场营销、采购管理、财务管理、IT 系统和纳税申报等。其中，市场营销是深圳移动“营改增”筹备工作中最重要的部分，直接关系深圳移动销项税和大部分进项税的确认与计量。市场营销不同的销项端处理和进项端处理将产生不同的税负，不同的税负将影响企业的营业收入和会计利润。因此，本文以“确保顺利过渡、合理降低税负”为目标，从财务视角探讨“营改增”对深圳移动市场营销的影响与应对。

1.3 研究方法 with 结构安排

本文采用案例研究法，以深圳移动为研究对象，仔细阅读和分析增值税理论知识、国家“营改增”政策、公司财务状况、业务经营现状，以市场营销为主线，详细分析和阐述销项端和进项端的重要因素。在每个营销因素中，我们将从财务专业的视角出发，按照业务梳理和税务现状、推行“营改增”后可能的税务处理、不同场景下的税负情况分析、“营改增”建议方案四个维度进行探讨和分析。

本文分为 6 章。第 1 章为绪论，第 2 章为“营改增”制度背景，第 3 章为文献综述，第 4 章为深圳移动“营改增”背景分析，第 5 章为“营改增”对深圳移动市场营销的影响和应对举措，第 6 章为预期效果和通用性经验。文章结构图如图 1 所示。

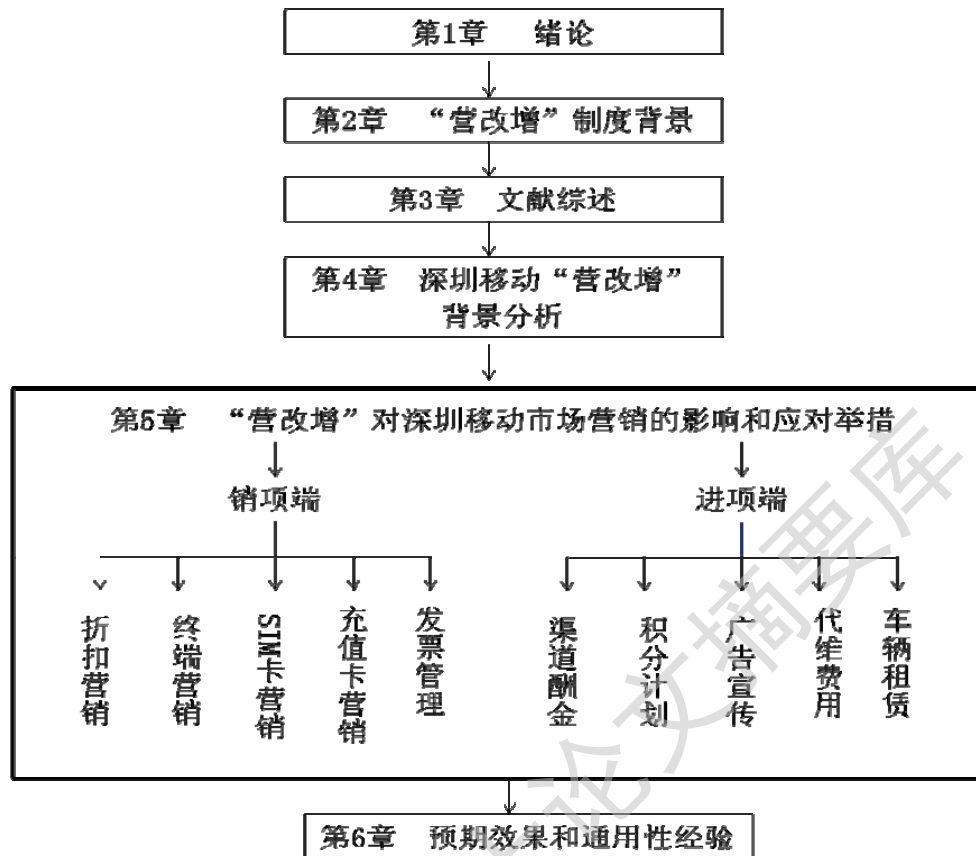


图 1：文章结构框图

资料来源：根据文章结构自行整理，2014

1.4 论文贡献与研究意义

与以往研究相比，本文的创新之处有以下两点：第一是首次对邮电通信业内部预期政策进行详细的披露和探讨，思考邮电通信业政策设计与国家“营改增”初衷的符合性。作为财税改革的重头戏，“营改增”长期来看促进了邮电通信业的发展，推动了产业结构升级和企业内部管理转型发展。第二是对中国移动重点的计划单列市分公司，即深圳移动进行全面的现状梳理和税务分析，结合深圳市特殊的政治地位和税务环境，从业务一线的角度深入分析邮电通信业一线市场营销的涉财特点，在此基础上提出相应的政策诉求和增值税筹划方法，丰富了邮电通信业关于计划单列市层面的增值税筹划知识储备。

本文的研究意义主要在于，一方面对“营改增”在邮电通信业的影响进行评估，较为全面阐述了邮电通信业在“营改增”时可能遇到的理论及现实困难，为

“营改增”政策及其具体操作执行的健全完善提供了参考依据。另一方面侧重从业务一线的角度看待增值税，根据现实国情有针对性地提出“营改增”的可行性对策，也为企业积极应对税制改革和进行增值税纳税筹划提供了新的有益的经验。

厦门大学博硕士论文摘要库

2 “营改增”制度背景

2.1 增值税概念界定

2.1.1 增值税简介

流转税是指以纳税人商品生产、流通环节的流转额或数量以及非商品交易的营业额为征税对象的一类税收^①。在我国增值税是流转税体系中主要税种之一。

增值税是对销售货物或者提供加工、修理修配劳务以及进口货物的单位和个人就其实现的增值额征收的一个税种^②。在税收实务中表现为对实现的增值额征税，即对任何缴纳增值税的单位和个人，扣除了上道环节生产经营已经缴纳增值税的那部分价值，只对本环节生产经营中没有缴纳过税的新增价值纳税。因此，增值税规避了按收入总额全额征税产生的重复征税问题，解决了营业税下社会分工越细、重复征税越严重的突出矛盾。

2.1.2 增值税的分类

增值税在理论设计上规避了重复征税问题，但在实务应用中不同国家对增值税扣除范围有不同的规定，导致增值税或多或少仍然带有重复征税的现象。增值税可以分为三类^③。

第一类是生产型增值税。生产型增值税指在计算增值税时，不允许扣除固定资产价值中所含有的税款，只能扣除属于非固定资产项目的那部分生产资料的税款，该类型增值税的税基大体上相当于国民生产总值，税基最大，重复征税最严重。

第二类是收入型增值税。收入型增值税指在征收增值税时，未提折旧部分不得计入扣除项目金额，只允许扣除固定资产折旧部分所含的税款。该类型增值税的税基大体上相当于国民收入，所以称为收入型增值税。

^①资料来源：杜欢．营业税改革对企业的影响相关问题研究[M].2012.

^②资料来源：国务院．中华人民共和国增值税暂行条例[EB/01].
http://www.gov.cn/zwgk/2008-11/14/content_1149516.htm.

^③资料来源：全国注册税务师执业资格考试教材编写组．《税法(I)》[M].北京：中国税务出版社，2013.72-73.

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”. Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库